

Faktor Budaya Kepada Kejayaan Kerjaya Keusahawanan Di Kabupaten Agam Sumatera Barat, Indonesia

Mohd Noor Mohd Shariff
Donny Abdul Latief

Kolej Perniagaan
Universiti Utara Malaysia

Abstrak

Kajian ini dijalankan bagi tujuan mengkaji faktor budaya dalam membangunkan kejayaan kerjaya keusahawanan di Kabupaten Agam, Sumatera Barat, Indonesia. Kerangka kerja kajian ini merujuk ciri budaya yang diukur dengan menggunakan 3 dimensi budaya yang berbeza (faktor perpaduan, faktor pemajuan, dan faktor perasaan) yang mengandungi 33 item. Kemudian diuji pula kecekapan keusahawanan sebagai pembolehubah pengantara (mediating variables). Akhir sekali di uji dengan hubungan dengan kejayaan kerjaya keusahawanan yang diukur menggunakan 6 dimensi (tanggapan kepada pendapatan kewangan, kepuasan kerjaya, reputasi sosial, pengakuan sosial, status sosial, serta tanggapan kepada pencapaian kerjaya). Sampel kajian adalah terdiri daripada 316 pengusaha pembuatan pakaian di Kabupaten Agam Sumatera Barat. Analisis kajian ini menggunakan teknik regresi hierarki. Hasil kajian mendapati ciri budaya menunjukkan hubungan yang signifikan dengan kejayaan kerjaya keusahawanan dengan kecekapan keusahawanan sebagai pembolehubah pengantara. Beberapa cadangan di ajukan bagi membangun kejayaan kerjaya keusahawanan di kalangan usahawan.

Katakunci: *Kerjaya Keusahawanan, Budaya, Kecekapan Keusahawanan, Minangkabau.*

PENGENALAN

Keusahawanan adalah suatu perkara penting dan berpengaruh kuat dalam pembangunan ekonomi dan sosial masyarakat di sesetiap negara. Tidak kurang dari 90 peratus perusahaan yang ada di dunia ini boleh digolongkan kepada Perusahaan kecil dan Sederhana (PKS) (Wijewardena & Cooray, 1995). Negara British dan Amerika Syarikat boleh menjadi negara perindustiran secara cepat dan wajar hanya kerana membiarkan keterampilan keusahawanannya berkembang (Casson, 1990; Storey, 1994). Di negara British ternyata 95 peratus dari jumlah syarikat yang ada tergolong daripada PKS, dan hanya dua peratus sahaja boleh digolongkan pada Perusahaan Besar (PB) (Day, 2000). Sedangkan di Australia, PKS mencapai 97 peratus dari jumlah seluruh perusahaan di negara itu (Wijewardena & Tibbits, 1999). Tidakkah keliru jika Schumpeter (1934) dan Reynolds (1997) memandang keusahawanan sebagai suatu jentera penggeak inovasi yang mempromosikan pembangunan ekonomi.

PKS di Amerika Syarikat telah memberi kadar sumbangan 90 peratus kepada jumlah pekerjaan baru dan 70 peratus kepada seluruh hasil pengeluaran dan perkhidmatan baru mereka (Hisrich & Peter, 2001). Organisasi bagi Pembangunan Kerjasama Ekonomi (OECD) melaporkan bahawa pembangunan keusahawanan dan PKS telah menjadi faktor penting bagi pertumbuhan

ekonomi dan juga menyediakan peluang pekerjaan (Jenssen & Havnes, 2002). Berry & Mazumdar (1991) berhujah bahawa pembangunan keusahawanan dan PKS yang bergerak pada bidang industri di negara-negara membangun ternyata memiliki peranan yang jauh lebih penting berbanding di negara-negara maju. Kejayaan kebangkitan semula keusahawanan dalam rancangan ekonomi kerajaan Negara Cina telah memberikan kemudahan dan melicinkan pertumbuhan ekonomi di negara tersebut (Chow & Fung, 1996). Antara sumbangan-sumbangan yang di berikan antara lain, penggunaan teknologi yang bersifat berintensifkan buruh dengan ramai tenaga kerja; bertambahnya bilangan usahawan tempatan yang cekap dengan menggabungkan faktor pengeluaran yang lebih berkesan sekaligus menjimat sumber-sumber negara; menyokong terciptanya asas-asas perindustrian yang kuat; dan penggerak pengagihan pendapatan kepada masyarakat (Kirkpatrick, Lee, & Nixon, 1984; Kotey & Meredith, 1997; Mulhern, 1995). Negara-negara Persatuan Ekonomi Asia Pacific (APEC) bersepakat menyekat halangan-halangan terhadap perkembangan PKS, dan membudayakan potensi yang mereka miliki dengan menyusun semula program pengembangan PKS (Sanjaya, 1997).

Kepentingan Keusahawanan di Indonesia

Peranan keusahawanan di Indonesia boleh dilihat dari pertumbuhan PKS yang dimilikinya. Jumlah perusahaan di Indonesia pada tahun 2007 mencatatkan 49.8 juta unit. Dari jumlah itu, 99.99 peratus atau 49.7 juta unit perusahaan adalah tergolong daripada Perusahaan Kecil, dan 0.24 peratus atau 120,253 unit adalah tergolong daripada Perusahaan Sederhana. Perusahaan Besar hanya meliputi 0.01 peratus atau sebanyak 4,527 unit syarikat. Bila dikaji dengan lebih teliti pada kedudukan unit Perusahaan Mikro dalam Perusahaan Kecil pula, maka terdapat kedudukan majoriti dengan 96 peratus atau sekitar 47.7 juta unit perusahaan (BPS, 2008).

Krisnamurthi (2002b) menyatakan bahawa jumlah PKS (termasuk Perusahaan Mikro) yang disebutkan di atas telah menyediakan sekitar 80 peratus peluang pekerjaan, menjalankan lebih dari 65 peratus aktiviti pengedaran, dan melaksanakan aktiviti pengeluaran sebanyak 55 peratus barangan dan perkhidmatan yang diperlukan oleh masyarakat. Dari jumlah barangan dan perkhidmatan, 60 peratusnya tersebar di seluruh pelosok daerah-daerah desa di Indonesia. Sekitar 65 peratus dari jumlah PKS menceburi diri dalam bidang-bidang pertanian dan perusahaan yang berkaitan dengannya. Dapat dinyatakan bahawa PKS telah menjadi asas sumber sebanyak 63 peratus penggunaan barangan dan perkhidmatan isi-rumah dalam negara. Jumlah perangkaan di atas jelas menunjukkan bahawa sektor PKS merupakan penyumbang kepada tenaga kerja terbesar di negara ini. Jadual 1 di bawah menunjukkan PKS menurut kategori sektor-sektor perusahaan. Di Indonesia istilah PKS lazim dipanggil Usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Jadual 1 : Jumlah Perusahaan Kecil & Sederhana (PKS) Mengikut Sektor, 2006-2007.

Sektor	PKS		PERUBAHAN	
	2006	2007	(+/-)	(%)
Pertanian	26,209,258	26,156,679	(52,579)	(0.20)
Perlombongan	246,414	263,255	16,841	6.83
Perkilangan	3,163,060	3,232,841	67,791	2.21
Elektrik, Gas & Udara bersih	11,431	11,626	195	1.71
Pembinaan	163,344	172,810	9,466	5.80
Perdagangan, hotel & restoran	13,285,021	14,017,478	732,457	5.51
Pengangkutan & Komunikasi	2,648,821	2,760,114	75,293	2.80
Kewangan, sewa & perkhidmatan	868,800	930,599	61,799	7.11
Perkhidmatan	2,147,012	2,295,087	61,799	6.90
Jumlah	48,779,151	49,840,489	1,061,338	2.18

Sumber : (BPS, 2008)

Sememangnya dapat diakui bahawa PKS telah menjadi potensi penting dan strategik kepada sumber ekonomi mahupun pembangunan nasional di Indonesia. Berry, Rodriguez & Sandee (2002) telah mengkaji evolusi pertumbuhan produktiviti syarikat dan usaha teroka dinamik yang hasilnya menunjukkan kemampuan golongan PKS meningkatkan pendapatan dan penggunaan tenaga kerja, sehingga boleh mewujudkan pengagihan hasil pembanguna. Jadual 2 dibawah menunjukkan PKS jumlah saiz pekerja dalam syarikat industri perkilangan di Indonesia.

Jadual 2 : Komposisi Saiz Industri Perkilangan Indonesia Tahun 2006 - 2007.

Tahun	Sais (jumlah pekerja)	Jumlah Syarikat	Tenaga Kerja (dlm '000)	Nisbah Tenaga Kerja (%)	Saiz purata tenaga kerja
2006	Mikro(< 5)	46,746,567	75,453.59	82.02	2
	(5 - 19)	1,917,897	9,599.48	10.43	5
	(20 - 99)	114,687	4,494.69	4.89	39
	(> 100)	4,398	2,445.60	2.66	556
	Jumlah	48,783,549	91,993	100.00	
2007	Mikro(< 5)	47,702,310	77,061.67	81.74	2
	(5 - 19)	2,017,926	9,970.64	10.58	5
	(20 - 99)	120,253	4,720.01	5.01	39
	(> 100)	4,527	2,520.71	2.67	557
	Jumlah	49,845,016	94,273	100.00	

Sumber: BPS (2008)

Rachmawati et al. (2002) menyimpulkan bahawa peranan strategik PKS boleh disebabkan kerana:

1. Jumlah PKS yang cukup besar dan terdapat di setiap sektor ekonomi
2. Memiliki potensi penyerapan tenaga kerja yang jauh lebih tinggi berbanding dengan pelaburan yang sama pada usaha berskala besar

3. Memiliki kemampuan dalam memanfaatkan bahan mentah tempatan
4. Menghasilkan barangan dan perkhidmatan yang sesuai dan sangat diperlukan oleh masyarakat

Polisi Pembangunan PKS dan Keusahawanan di Indonesia

Menurut Sulaeman (1993), sekurang-kurangnya ada empat alasan mengapa Kerajaan Indonesia perlu berperanan dalam melaksanakan pembangunan keusahawanan. Pertama, kerajaan adalah pihak dalam kedudukan terbaik untuk merumuskan berbagai dasar, program, dan projek bantuan yang memberikan harapan kepada pembangunan keusahawanan. Perilaku khas usahawan ketika mereka menemukan peluang usaha ialah mereka berupaya keras merebutnya sebelum peluang itu hilang. Tetapi hanya sebahagian kecil sahaja yang mampu berjaya memanfaatkan peluang itu, sementara bahagian lainnya tetap pada keadaan usaha yang sama seperti sebelumnya. Jadi kerana itulah kerajaan mesti mengambil inisiatif untuk melahirkan dasar-dasar, program-program dan projek-projek keusahawanan baru.

Kedua, memajukan pembangunan keusahawanan harus meliputi seluruh sektor ekonomi yang dimiliki kerajaan. Kerajaan Indonesia telah merancang Garis-garis Besar Haluan Negara yang merangkumi seluruh sektor ekonomi kerajaan. Sebagai contoh di sektor pengembangan industri, pihak kerajaan memiliki program di semua bahagian perniagaan industrinya, bermula daripada industri berat yang dijalankan oleh syarikat-syarikat besar, sehingga industri ringan yang dijalankan oleh PKS dan koperasi. Begitu juga kepada sektor-sektor lain yang terlibat.

Ketiga, hanya kerajaanlah yang mempunyai sumber manusia, modal dana kewangan, kemudahan untuk melaksanakan berbagai program. Pembangunan keusahawanan memerlukan sumber manusia, samaada di peringkat pengarah yang melakukan perancangan dan penilaian, dan juga para pekerja yang melakukan aktiviti program tersebut. Tanpa sumber modal dana kewangan yang mencukupi dan kemudahan yang memadai, mustahil kejayaan dapat dicapai diatas hasil program pembangunan keusahawanan itu.

Terakhir, hanya kerajaanlah memiliki kuasa mewujudkan perundangan dan peraturan yang menyokong kemajuan para usahawan. Seperti yang kita ketahui bahawa usahawan-usahawan akan mencuba mendapatkan segala keperluannya dengan segala cara pada setiap waktu, selagi mereka mampu melakukannya. Kerajaan boleh membuat perundangan yang khas dan peraturan untuk menjaga percaturan perniagaan diantara pelaku ekonomi, sehingga ianya melindungi kepentingan PKS.

Dasar kerajaan Indonesia yang berkait dengan pembangunan keusahawanan dan PKS mula dibangunkan secara tersusun dan konsisten dengan menubuhkan projek Bimbingan dan Penyuluhan Industri Kecil (BIPIK) pada tahun 1974. Sejak itu kaedah pembangunan PKS dibawah kerajaan dilakukan melalui pendekatan penyelenggaraan lembaga Pusat Industri Kecil (PIK) di seluruh negara (BIPIK, 1974). Ringkasnya perjalanan dasar pembangunan PKS dan keusahawanan di Indonesia dapat rujuk pada jadual 3.

Jadual 3: Polisi Program dan Organisasi Pembangunan PKS Indonesia

<i>Teknologi</i>	1969 Di tubuhkan Pusat Pembangunan Industri Logam (PPIL)
	1974 Bimbingan dan Penyuluhan Industri Kecil (BIPIK) sebagai program bantuan teknikal kepada masyarakat
	1979 Dibawah program BIPIK di bentuk Persekitaran Industri Kecil (LIK) dan Perkampungan Industri Kecil (PIK) melalui Unit Pelayanan Teknis (UPT) yang di tangani oleh pegawai Tenaga Penyuluh Lapangan (TPL)
	1994 Program BIPIK berakhir dilanjutkan dengan projek Pembangunan Industri Kecil dan Sederhana (PIKM)
<i>Pemasaran</i>	1979 Diberlakukan skim penempahan untuk melindungi pasar PKS
	1999 Digubal Undang-undang Anti Monopoli.
<i>Kewangan</i>	1971 PT Askrindo dikukuhkan sebagai perusahaan insuran kerajaan yang menjamin semua kredit-kredit PKS
	1973 Diperkenalkan Kredit Investasi Kecil (KIK) dan Kredit Modal Kerja Permanen (KMKP) sebagai program kredit yang di subsidi kerajaan.
	1973 Ditunjuk PT Bahana sebagai perusahaan kerajaan yang menangani dan memberikan pinjaman modal ventura
	1974 Dikenalkan Kredit Kecil yang di lakukan oleh BRI (Bank Rakyat Indonesia), yang kemudian berganti nama menjadi Skim KUPEDES yang merupakan simpanan dan pinjaman untuk mendorong PKS
	1989 Diperkenalkan polisi kewajipan syarikat kerajaan untuk memberikan keuntungannya sebesar 1 – 5 % bagi pendanaan PKS
	1990 Kerajaan menghapuskan program KIK/KNKP dan memperkenalkan program baru skim Kredit Usaha Kecil (KUK) yang tidak di subsidi lagi
	1998 Dimulai kembali skim kredit-kredit likuiditi untuk PKS
	1999 Pertanggungjawapan langsung Bank Indonesia pada program kredit KUK dialihkan kepada PT PNM (Syarikat kerajaan untuk membangun PKS) dan Bank Export Indonesia
	2000 Program kredit kerajaan untuk PKS dihapuskan.
	2004 Dikenalkan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM)
<i>Umum</i>	1984 Diperkenalkan program Bapak Angkat untuk menyokong PKS
	1991 Keterikatan kerjasama Bapak Angkat dijadikan gerakan nasional
	1991 Kumpulan industri kecil & sederhana di dalam organisasi klaster disepadukan dalam Koperasi Industri Kerajinan Rakyat (KOPINKRA)
	1993 Kementerian Koperasi mulai turut pula menangani pembangunan PKS
	1995 Perundangan yang mempromosikan syarikat skala kecil di gubal
	1997 Program Bapak Angkat diganti dengan program Kemitraan (<i>partnership</i>)
	1998 Memperluas tanggungjawab kementerian koperasi menjadi Kementerian Koperasi, Perusahaan Kecil dan Sederhana.

Sumber : Thee (1994), Sato (2000),

Masalah-masalah PKS dan Keusahawanan Di Indonesia

Selama Indonesia terjejas akibat krisis kewangan Asia pada tahun 1997 yang lalu, sektor PKS telah menunjukkan peranan ketahananannya kepada eksport negara, terutama hasil-hasil kraf (pertukangan), tekstil dan produk tekstil, kulit, hasil laut, jamu dan lain-lain (Kusumah, 2002). Namun, ianya masih memiliki keunggulan persaingan yang rendah di forum antarabangsa. Ini terbukti dari kadar eksport yang kelihatan masih sangat sedikit berbanding jumlah keseluruhan eksport, iaitu hanya 11.1 peratus dari jumlah eksport bukan minyak dan gas, atau 6.2 peratus dari jumlah keseluruhan eksport (Krisnamurthi, 2002b).

Walaupun pihak kerajaan telah melaksanakan model-model pembangunan keusahawanan dengan berbagai program seperti telah nyatakan diatas, namun setakat ini belum cukup menampakkan hasil yang signifikan di berbagai daerah di Indonesia. Hasil berbagai penyelidikan

tetap sahaja menemukan masalah-masalah klasik dalam aktiviti keusahawanan dan PKS, seperti dinyatakan oleh Rachmawati et al. (2002) ia itu:

1. Tiada modal yang cukup untuk membiayai aktiviti syarikat,
2. Lemahnya kompetensi yang dimiliki oleh usahawan,
3. Rendahnya penguasaan teknologi,
4. Tiada laluan dan jaringan di pasaran, dan
5. Banyak perkara lainnya yang tidak serta-merta boleh diatasi.

Laporan Pertubuhan Bangsa-bangsa Bersatu (2001) menyimpulkan bahawa halangan yang kerap terjadi dalam pembangunan keusahawanan di dunia ini terdiri dari tiga perkara. Pertama ialah perkara infrastruktur yang terdiri daripada kos infrastruktur yang mahal seperti; pengangkutan, kemudahan pergudangan, air, elektrik, dan telekomunikasi; ketiadaan prasarana kerja; dan prasarana pasar yang buruk. Kedua ialah perkara institusi yang meliputi ia itu; tiada akses untuk mendapatkan latihan formal, sehingga kekurangan keterampilan mengenai dasar ekonomi dan kepakaran dalam bidang pengurusan; kurangnya pendidikan formal yang diterima, menghasilkan buta huruf yang tinggi; terbatasi akses kepada hak pemilikan; terbatasi akses kepada modal bank dan kewangan formal; peraturan kerajaan dalam melaksanakan usaha baru, terutama mengenai hal yang sukar di laksanakan; menuntut waktu yang lama dan prosedur pendaftaran usaha yang mempunyai kos tinggi; kurangnya maklumat tentang harga, keberlangsungan produk; hak peluang mencari pasaran baru yang tidak memenuhi ukuran antarabangsa; kekurangan modal kerja (pinjaman diperoleh dari sumber-sumber informal, seperti teman atau saudara atau ejen kewangan bukan bank dengan kadar bunga tinggi); dana yang tak mencukupi untuk membolehkan melakukan pelaburan selanjutnya (United-Nations, 2001).

Menurut Tambunan (2006) ada banyak rintangan yang saling terkait yang menyebabkan kejaya yang buruk, stagnasi bisnis, dan kelemahan daya saing bagi PKS di negara-negara berkembang berbanding dengan PKS di negara-negara maju. Alasan utamanya adalah kekurangan modal yang disebabkan kesukaran akses kepada lembaga-lembaga sumber, seperti bank atau lembaga kewangan; dan juga keterampilan yang disebabkan kesukaran mendapatkan latihan dan pendidikan, pemasaran dan syarikat konsultan. Masalah Industri Kecil dan Sederhana yang telah dikenali boleh di lihat pada jadual 4 berikut ini.

Jadual 4 : Masalah utama PKS dalam industri kilang, 2003

	Perusahaan Kecil	Perusahaan Sederhana	Jumlah
--	-----------------------------	---------------------------------	---------------

Tiada Masalah	46,485 (19.48%)*	627,650 (25.21%)	674,135 (24%)
Bermasalah	192,097 (80.52%)	1,862,468 (74.79%)	2,054,565 (75.29%)
Bahan Baku	20,362 (10.60%)	400,915 (21.53%)	421,277 (20.50%)
Pemasaran	77,175 (40.18%)	552,231 (29.65%)	629,406 (30.63%)
Modal	71,001 (39.96%)	643,628 (34.56%)	714,629 (34.78%)
Pengangkutan	5,027 (2.62%)	49,918 (2.68%)	54,945 (2.67%)
Tenaga	40,605 (2.4%)	50,815 (2.73%)	55,240 (2.7%)
Pembiayaan Tenaga Kerja	2,335 (1.22%)	14,315 (0.77%)	16,650 (0.81%)
Lain-lain	11,592 (6.04%)	150,646 (8.09%)	162,238 (7.90%)
Jumlah PKS	238,582 (100.00%)	2,490,118 (100.00%)	2,728,700 (100.00%)

*% dari jumlah syarikat yang diamati

Sumber: BPS (2004)

Meskipun masalah-masalah pembangunan PKS dan usaha mikro di Indonesia secara majoriti adalah kekurangan modal dan kesukaran pemasaran (Tambunan, 2006), tetapi hasil penyelidikan Tambunan (2007) menyimpulkan bahawa persoalan asas pembangunan keusahawanan terutama kepada perempuan antara lain iaitu rendahnya tingkat pendidikan; beban tanggungjawab keluarga yang besar; hukum, tradisi, budaya atau agama; kekurangan akses kepada pinjaman dan lembaga kewangan formal. Kesemua kenyataan itu merupakan elemen-elemen dari aspek budaya.

Fenomena Masyarakat Menghadapi Krisis

Terjadi perbalahan yang menjadi polemik berkepanjangan diantara banyak pengamat ekonomi, pakar pengurusan dan ahli-ahli politik tentang betapa parahnya keadaan ekonomi negara itu kerana berhadapan dengan persoalan-persoalan PKS yang terjadi selari dengan krisis multidimensi yang menjejaskan Indonesia selepas tahun 1997. Namun laporan Survei Aspek Kehidupan Rumah Tangga Indonesia (SAKERTI) menyimpulkan kenyataan berbeza. Nisbah kemiskinan pada 13 propinsi di daerah bandar menunjukkan penurunan selama 1997-2000 dari 13.3 % menjadi 11.6 %, sedangkan di wilayah desa menurun dari 20.1 % menjadi 18.7 % (UGM-RAND, 2002).

Menurut Mubyarto (2002) pengurangan kemiskinan perdesaan menunjukkan bahawa masih tetap tersedia dasar nilai tukar (*term of trade*) yang baik antara harga-harga yang diterima dan yang dibayar pengeluar. Bahkan penurunan angka kemiskinan perbandaranpun menjadi indikasi bahawa masyarakat usahawan di bandar-bandar masih mampu menghasilkan barangan yang harga jualnya meningkat lebih cepat berbanding harga barangan yang dibeli isi-rumah. Jangkaan itu didukung oleh kenyataan pada perkembangan pengeluaran nyata per kapita masyarakat yang mengalami kenaikan cukup signifikan, iaitu :

Jadual 5 : Median Pengeluaran Nyata Perkapita (1997-2000)

Klasifikasi	Kenaikan	Kisaran (Rp.)
Nasional	6 %	153.000 – 163.000

Perbandaran	2.8 %	200.000 – 206.000
Pedesaan	4.4 %	132.000 – 138.000
Penduduk miskin	4.1 %	63.000 – 66.000
Penduduk tidak miskin	3.7 %	180.000 – 186.000

Sumber : (Mubyarto, 2002)

Jangkaan telah terjadi pengangguran besar-besaran sejak terjadinya krisis kewangan 1997 seperti laporan-laporan akhbar ternyata tidak didukung oleh kenyataan. Penyelidikan UGM-RAND (2002) menyimpulkan bahawa selama tahun 1997-2000 terjadi peningkatan kesempatan kerja untuk lelaki dari 79 peratus menjadi 84 peratus dan untuk wanita dari 45 peratus menjadi 57 peratus. Khususnya, kenaikan untuk pekerjaan yang diupahkan kepada lelaki adalah dari 74.5 peratus menjadi 77.0 peratus, sedangkan kepada wanita dari 36.7 peratus menjadi 42.2 peratus. Dengan demikian, sesuai teori faktor keusahawanan Bygrave (1989; 1997) keadaan yang berlaku telah mendorong masyarakat untuk menceburi bidang perniagaan.

Meskipun kerajaan sudah menyokong berbagai skim pinjaman untuk pembangunan PKS dan usaha mikro, tapi lokasi bahagian terbesar PKS yang berada tersebar di desa-desa tidak terjangkau oleh perkhidmatan bank ataupun lembaga kewangan lainnya. Mereka bergantung kepada simpanan mereka sendiri, wang dari pihak keluarga, dan bahkan pinjaman wang dari "along" dengan faedah yang tinggi. Bahkan suatu hal yang menarik dalam kajian adalah kenaikan kesempatan kerja keluarga tanpa gaji, terutamanya wanita dengan kenaikan dari 19.2 peratus menjadi 25.5 peratus, sedangkan lelaki naik lebih kecil yaitu dari 6.1 peratus menjadi 7.9 peratus. Kenaikan perangkaan ini menunjukkan bahawa krisis kewangan yang amnya menurunkan kegiatan sektor moden, disambut dengan meningkatnya kegiatan ekonomi informal. Kesediaan ahli keluarga bekerja membantu usaha-usaha keluarga merupakan aspek solidariti yang tinggi dalam institusi budaya yang bersifat kolektif (Bengtson & Roberts, 1991; Spengler, 1961).

Menurut Mubyarto (2002) strategi yang paling sering dilakukan keluarga Indonesia saat-saat menghadapi suatu kesukaran adalah mengatur kembali pengeluaran belanja keluarga dengan cara mengurangi pengeluaran-pengeluaran yang dianggap dapat ditunda, misalnya pembelian pakaian, alat-alat isi-rumah dan pengeluaran-pengeluaran upacara. Jika saat-saat pengeluaran meningkat cukup tinggi, maka setiap keluarga dengan cara masing-masing berusaha bekerja lebih keras atau lebih lama agar pendapatan bertambah. Sebagai bukti, sejak terjadi krisis kewangan secara purata tiap-tiap keluarga menambah waktu kerja 25 jam seminggu, sedangkan setiap pekerja bertambah 10 jam seminggu. Hal ini adalah bentuk faktor kognitif budaya atas dasar pengalaman yang menjadi pengetahuan sosial bersama dan dijadikan rujukan untuk selesaikan masalah kehidupan yang pelik agar mencapai kemajuan (Busenitz, Gomez, & Spencer, 2000).

Soedjatmiko (2003) berhujah bahawa kajian pembangunan di banyak negara berkembang menunjukkan, meskipun kemiskinan mendorong orang-orang beralih ke lapangan industri, tetapi kenyataannya kemiskinan saja tidak cukup untuk memaksa mereka menambah pengetahuan dan kecekapan yang sesuai dengan perkembangan industri. Dalam hal ini diperlukan strategi yang boleh merangsang (*incentive*) mereka agar merasa perlu menambah dan meningkatkan keterampilan. Kenyataannya strategi perangsangan dengan menambahkan pendapatan tidak serta-merta sentiasa memberikan dorongan untuk meningkatkan kemampuan seperti yang diteorikan.

Temuan serupa terdapat pula di berbagai negara lain di dunia yang bukan pengamal budaya barat, seperti di negara-neara Afrika (Dieke, 2003) dan negara di kepulauan Pasifik Selatan (Saffu, 2003). Dalam kurun waktu yang demikian panjang, hendaknya perlu kembali dikaji masalah-masalah asas dari konsep pembangunan keusahawanan yang telah digunakan.

Soedjatmoko (2003) berpendapat bahawa di negara yang masyarakatnya menempatkan wang sebagai ukuran segala nilai pada hidupnya boleh jadi akan terdorong melakukan peningkatan kemampuan untuk mengejar wang, tetapi ada banyak masyarakat di negara yang justru ekonominya terbelakang memiliki nilai-nilai yang tidak dapat dinyatakan dalam bentuk mata wang. Ada berbagai pertimbangan lain yang berlaku dari kebudayaan khas negara itu, seperti pertimbangan martabat sosial, tanggapan jiwa terhadap kerja, terhadap erti waktu luang dan cara menggunakannya, serta anggapan orang ramai mengenai apa yang terpenting di dalam hidupnya.

Asas kekeluargaan adalah salah satu sendi utama budaya masyarakat di Indonesia (Koentjaraningrat, 2004). Secara amnya sangat biasa terjadi pinjam-meminjam wang tanpa bunga antara keluarga untuk menutup pengeluaran utama yang tidak dapat ditunda. Selain itu dalam kondisi krisis ahli keluarga yang sebelumnya tidak bekerja, secara spontan ikut bekerja tanpa gaji. Bahkan sebuah keluarga dapat menumpangkan sebahagian ahli keluarga pada keluarga lain yang lebih berkemampuan secara ekonomi sehingga keadaan ekonomi keluarga pulih kembali.

Dalam konteks budaya, asas ini merupakan bentuk ikatan solidariti yang mengatur sikap dan cara-cara bertindak pada hubungan diantara individu-individu di dalam kumpulan masyarakat (Alisjahbana, 1974; Bengtson & Roberts, 1991). Penerapan asas atau etika hidup ini dapat diamati di saat terjadi krisis kewangan dan bencana alam yang selalunya datang secara tiba-tiba. Asas hidup kekeluargaan yang diperkuat oleh semangat percaya diri dan kepercayaan pada kekuasaan Tuhan berakibat pada sikap bahawa krisis kewangan tidak lain daripada "ujian" dan "dugaan" kepada mereka agar menyedari berbagai kekeliruan dan penyimpangan yang telah dilakukan (Soedjatmoko, 2003). Perilaku sedemikian merupakan sikap yang didorong oleh nilai-nilai budaya yang diyakini masyarakat (Alisjahbana, 1974).

Jadual 6: Indeks Budaya Nasional Negara Asean

Indeks	Jarak Kekuasaan	Individualisme	Menghindar Ketidakpastian	Maskuliniti
Indonesia	78	14	48	46
Purata Negara Asia	67	30	59	51
Purata Negara Dunia	57	43	65	49

Sumber : Hofstede, 1991

Penyelidikan teoritis yang mengkaji pengaruh budaya kepada perilaku-perilaku keusahawanan telah dipelopori oleh Hofstede (1991) dengan lima dimensi budayanya, yaitu jarak kekuasaan (*power distance*), individualisme (*individualism*), maskuliniti (*masculinity*), menghindari ketidakpastian (*uncertainty avoidance*), dan orientasi long-term vs short-term. Kajian beliau terhadap budaya Indonesia digambarkan dalam jadual 6, yaitu menghasilkan Indeks Jarak Kekuasaan adalah 78, sangat tinggi bila dibandingkan dengan purata negara Asia ataupun purata negara di didunia. Ertinya kesempatan kepada akses keusahawanan akan sangat sukar diperoleh, dan secara budaya sedikit sekali boleh melahirkan usahawan.

Angka Indeks Jarak Kekuasaan di Indonesia dinyatakan sebesar 78. Menurut Hofstede (1991), tingginya angka ini berbanding dengan angka purata negara-negara di dunia berakibat bahawa terdapat sekatan yang tinggi kepada akses peluang keusahawanan, sehingga sangat sedikit terlahir usahawan-usahawan baru pada masyarakat itu.

Adapun angka indeks individualisme sangat rendah, yaitu sebesar 14. Menurut Hofstede (1991) semangat individualisme yang rendah mencerminkan tingkat inisiatif pribadi yang lemah, dan ketergantungan terhadap kelompok menjadi tinggi. Digambarkan perilaku budaya ini kurang

memiliki rasa tanggung-jawab pribadi. Menurut Hofstede (1991), akibat dari keadaan-keadaan ini adalah rendahnya tingkat kelahiran usahawan individu yang baru dan akan sangat sedikit pula pertumbuhan syarikat ventura baru.

Indeks Menghindar Ketidakpastian Indonesiapun dilaporkan dengan kadar yang rendah, iaitu 48. Menurut Hofstede (1991) kenyataan ini bermakna bahawa ada peningkatan kesediaan mengambil risiko, yang juga bererti bahawa meningkat pula cakupan inisiatif individu dan inisiatif usaha-usaha entrepreneurial. Sedangkan berdasarkan Indeks Maskuliniti Indonesia Hofstede (1991) menyatakan bahawa orang Indonesia memiliki minat yang rendah dalam menjadikan bidang keusahawanan ini sebagai sumber pencapaian hidup dan kemakmurannya.

Kenyataan dari tatarajah susunan ekonomi Indonesia mengikut perangkaan yang dikeluarkan oleh Kementerian Koperasi, Perusahaan kecil dan Sederhana yang di tunjukkan pada jadual 7 di bawah ini menunjukkan bahawa jumlah Usaha Kecil pada tahun 2000 tercatat lebih dari 38.9 juta unit, atau 99.9 peratus dari jumlah syarikat di negara itu pada tahun yang sama. Hingga tahun 2004, jumlah itu meningkat dan mencapai 43.16 juta unit. Secara amnya, angka-angka itu membuktikan bahawa setiap tahun ramai usahawan baru dilahirkan dalam masyarakat.

Jadual 7 : Jumlah syarikat mengikut ukuran usaha, 1997-2004

Kategori	2000	2001	2003	2004
Kecil	38,985,072	40,137,773	42,475,756	43,158,468
Sederhana	55,061	57,743	59,580	63,361
Besar	1,946	2,095	2,169	2,248
Jumlah	39,042,079	40,197,611	42,537,505	43,224,077

Sumber : - Biro Pusat Statistik (BPS), 2005

Masyarakat kebudayaan Minangkabau adalah salah satu sukubangsa di Indonesia yang dikenali sebagai masyarakat yang unggul dan cekap di dalam perniagaan. Pekerjaan utama orang Minangkabau di rantau terletak dalam kegiatan perniagaan, kerana berniaga merupakan implementasi nilai-nilai keusahawanan masyarakat Minangkabau untuk mengangkat harga diri kaum kerabatnya (Kato, 1989; Naim, 1984). Adat resam budaya minangkabau yang berazas pada hukum adat perpatih dan ketemenggungan, serta asas-asas agama Islam dikenal pasti sangat kuat mempengaruhi masyarakat pengamalnya (Yunus, 1995), sehingga dijangka telah menjadi asas pola fikir dan bertindak masyarakat minangkabau (Benda-Beckmann, 2001). Oleh itu, banyak pihak menjangka bahawa kemampuan berniaga orang-orang Minangkabau berasal dari dorongan perilaku budaya yang diamalkannya (Navis, 1986).

Dilandasi penjelasan diatas, penyelidikan ini ingin mengkaji lebih dalam mengenai faktor kebudayaan dalam membangun kejayaan berniaga anggota masyarakatnya. Lebih khas lagi ia akan mengumpulkan faktor-faktor budaya apa sahaja dalam pendekatan institusi budaya yang berperanan dalam kebudayaan Minangkabau, dan mengenal pasti sejauhmana sumbangan aspek-aspek atau institusi budaya tersebut dalam pembentukan perilaku keusahawanan dan mendorongnya kepada kejayaan.

Selari dengan ini, tesis ini bermaksud untuk melanjutkan penyelidikan dan kajian keusahawanan berkaitan dengan faktor-faktor persekitaran. Secara khas, fokus kajian akan menumpukan kepada faktor kebudayaan yang boleh membangunkan sifat-sifat dan kemampuan keusahawanan sehingga membolehkan mereka mencapai kejayaan. Kiranya hasil dari penyelidikan ini boleh melengkapi lagi ulasan karya tentang faktor persekitaran yang berhubung dengan budaya sub-etnik atau suku bangsa dari rumpun bangsa Melayu, khasnya meninjau nilai-nilai etika yang menjadi keyakinan serta struktur dan institusi adat yang berlaku dalam

masyarakat budaya sehingga di jangka boleh menjadi proses pembentukan keperibadian usahawan yang berjaya.

Pernyataan masalah

Penyusunan model pembangunan keusahawanan yang berlandaskan teori-teori hasil dari kajian-kajian barat, sering kali tidak mampu memberikan hasil yang memuaskan dalam membangun perilaku dan kemampuan keusahawanan yang berjaya di negara berkembang. Saffu (2003) telah melakukan penyelidikan di kepulauan Pasifik Selatan menyimpulkan bahawa sifat-sifat keusahawanan peniaga-peniaga yang berpengaruh pada kejayaan syarikat di negara-negara berkembang ditentukan pula oleh budaya spesifik dari bangsanya.

Walaupun institusi tempatan di pedesaan dan kemungkinan peranannya dalam pembangunan adalah tema yang banyak dibahas dalam lingkaran polisi pembangunan, namun perbalahan yang terjadi masih menunjukkan banyaknya keterbatasan-keterbatasan yang serius. Banyak kecenderungan perbincangan lebih menumpukan kepada komuniti dan cara institusi memberi sumbangan kepada pencapaian tujuan kolektif. Namun pada waktu yang sama, masih sangat kurang perhatian kepada faedah faktor solidariti yang tumbuh dalam keluarga serumah, suku sekaum atau *clan*, dan pemerintahan sekampung yang terpacak dalam rangkaian institusi berganda di dalam budaya, dan bagaimana hubungannya sehingga terbina perilaku keusahawanan ditengah-tengah komuniti budaya itu. Selanjutnya, aspek progresif yang dipelajari membentuk hasil faktor berteori yang merupakan ciri asas berfikir atau aspek kognitif dalam budaya sehingga menjadi gambaran tahap rasionaliti individu. Ia boleh menjelaskan keputusan keusahawanan sehingga mereka berjaya, serta nilai-nilai amalan yang dipercayai dalam budaya yang biasa memandu tindakan individu usahawan. Kesemuanya merupakan elemen institusi kebudayaan yang memungkinkan penjelasan lebih sempurna tentang gugusan hubungan dalam perkembangan antara waktu dan menoleh kepada peranan amalan yang membina jalan kepada berbagai sumber-sumber ekonomi. Alasan tersebut adalah asas penyelidikan ini, dengan maksud mengkaji budaya yang mengatur amalan masyarakat Minangkabau.

Terdapat beberapa objektif di dalam kajian ini seperti untuk:

1. Mengenalpasti hubungan faktor Budaya yang terdiri dari aspek solidariti, aspek progresif dan aspek ekspresif yang diamalkan seseorang boleh memberi sokongan kepada kejayaan kerjaya keusahawanan
2. Menguji kompetensi keusahawanan yang boleh menyokong kejayaan kerjaya keusahawanan
3. Mengenalpasti keberkesanan faktor Budaya yang terdiri dari aspek solidariti, aspek progresif dan aspek ekspresif yang diamalkan seseorang boleh memberi sokongan kepada kompetensi keusahawanan yang membawanya kepada kejayaan kerjaya keusahawanan tersebut

ULASAN KARYA

Definisi Perusahaan Kecil dan Sederhana

Tidak banyak buku yang membahas tentang pengertian tentang perusahaan kecil dan sederhana (PKS), kerana belum ada batasan dan kriteria yang kukuh mengenai PKS. Wheelen dan Hunger (2002) berpendapat bahawa perusahaan kecil dioperasikan dan dimiliki secara independen, tidak dominan dalam daerahnya dan tidak menggunakan praktik-praktik inovatif. Tapi usaha yang bersifat keusahawanan adalah usaha yang pada awalnya bertujuan untuk tumbuh dan menguntungkan serta dapat dikarakteristikan dengan praktek-praktek inovasi strategis.

Pengertian perusahaan kecil di Indonesia masih sangat beragam. Sebelum dikeluarkannya UU No.9/1995, setidaknya ada lima instansi yang merumuskan perusahaan kecil dengan caranya masing-masing. Kelima instansi itu adalah Biro Pusat Statistik (BPS), Kementerian Perindustrian, Bank Indonesia, Kementerian Perdagangan serta Kamar Dagang dan Industri (Kadin). Pada kelima instansi itu, kecuali BPS, perusahaan kecil pada umumnya dirumuskan dengan menggunakan pendekatan finansial.

Biro Pusat Statistik (BPS) Indonesia menggambarkan bahawa perusahaan dengan jumlah tenaga kerja 1 – 4 orang digolongkan sebagai industri kerajinan dan rumah tangga, perusahaan dengan tenaga kerja 5 – 19 orang sebagai industri kecil, perusahaan dengan tenaga kerja 20 – 99 orang sebagai industri sedang atau sederhana, dan perusahaan dengan tenaga kerja lebih dari 100 orang sebagai industri besar. Kementerian Perindustrian melalui Surat Keputusan Menteri Perindustrian No. 286/M/SK/10/1989 dan Bank Indonesia, mendefinisikan perusahaan kecil berdasarkan nilai asetnya. Menurut kedua instansi ini, yang dimaksud dengan perusahaan kecil adalah usaha yang asetnya (tidak termasuk tanah dan bangunannya), bernilai kurang dari Rp 600 juta. Kementerian Perdagangan membatasi perusahaan kecil berdasarkan modal kerjanya. Menurut Kementerian Perdagangan, perusahaan kecil adalah usaha (dagang) yang modal kerjanya bernilai kurang dari Rp 25 juta.

Sedangkan Kamar Dagang dan Industri (Kadin) terlebih dahulu membedakan perusahaan kecil menjadi dua kelompok. Kelompok pertama adalah yang bergerak dalam bidang perdagangan, pertanian dan industri. Kelompok kedua adalah bergerak dalam bidang konstruksi. Menurut Kadin yang dimaksud dengan perusahaan kecil untuk kelompok pertama adalah yang memiliki modal kerja kurang dari Rp 600 juta.

Adapun untuk kelompok kedua yang dimaksud dengan perusahaan kecil adalah yang memiliki modal kerja kurang dari Rp 250 juta dan memiliki nilai usaha kurang dari Rp 1 milyar. Berdasarkan pada kelima batasan tersebut dapat diketahui betapa sangat beragamnya pengertian perusahaan kecil yang kini berlaku di Indonesia. Padahal di luar kelima pengertian tersebut, kini juga terdapat pengertian perusahaan kecil sebagaimana dirumuskan oleh Undang-Undang No.9/1995. Menurut Undang-Undang ini, yang dimaksud dengan perusahaan kecil adalah :

1. Memiliki kekayaan paling banyak Rp 200.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,-
3. Milik warga negara Indonesia.
4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasi atau berafiliasi baik langsung mauapapun tidak langsung dengan usaha sederhana atau usaha besar.
5. berbentuk usaha orang perorangan, badan usaha tidak berbadan hukum atau badan usaha yang berbadan hukum termasuk koperasi.

Perusahaan kecil dapat dikelompokkan dalam dua kategori, yaitu mereka yang langsung berhubungan dengan konsumen akhir (barang atau jasa konsumsi atau final) dan mereka yang berhubungan dengan perusahaan lain sebagai pemasok, sub kontrak dan lain-lain (Dirjen ILMK,

1997). Berdasarkan UU No.9/1995 tersebut juga, Kementerian Koperasi dan Perusahaan kecil dan Sederhana membuat empat kelompok bidang usaha yang ada pada perusahaan kecil dan sederhana (UKM), yaitu : perdagangan, industri pertanian, industri non pertanian dan aneka jasa.

Definisi perusahaan kecil menurut Suryana (2001) umumnya mencantumkan karakteristik perusahaan yang tergolong perusahaan kecil : 1) biasanya bersifat bebas, tidak terikat dengan identitas bisnis lain, misalnya sebagai cabang, anak perusahaan, atau divisi dari perusahaan yang lebih besar, 2) biasanya sepenuhnya dikendalikan oleh pemiliknya yang biasanya adalah owner-manager yang memberikan kontribusi kepada hampir semua hal, tidak hanya terbatas pada modal kerja, 3) otoritas pengambilan keputusan dipegang penuh oleh pemilik usaha.

Dari uraian mengenai perusahaan kecil dan ciri-cirinya di atas, maka dapat diperoleh gambaran bahwa perusahaan kecil mempunyai investasi modal yang relatif kecil, dengan keterampilan yang dimiliki bersifat turun temurun serta dengan penggunaan teknologi yang masih sederhana. Pembangunan di bidang usaha kecil yang lebih mengutamakan pemerataan kesempatan kerja perlu untuk lebih ditingkatkan melalui pembinaan yang teratur dan juga melalui penyempurnaan pengaturan serta pengembangan usaha.

Kejayaan Kerjaya Keusahawanan

Kejayaan kerjaya digolongkan kepada dua kategori, iaitu kejayaan kerjaya objektif dan kejayaan kerjaya subjektif (Aye et al.).

Budaya

METODOLOGI

Penyelidikan ini boleh digolongkan sebagai penyelidikan eksplanatori, iaitu penyelidikan mempelajari hubungan sebab dan akibat berbagai angkubah sehingga samaada langsung mahupun tidak langsung hipotesis penyelidikan sentiasa dipertanyakan (Irawan, 2002). Bahagian ini menjelaskan dengan lebih terinci tentang metode, teknik dan prosedur penyelidikan yang akan dilaksanakan dalam kajian tesis ini.

eksogen dan angkubah endogen. Angkubah eksogen (bebas) adalah Budaya (B), sedangkan angkubah endogen (terikat) adalah Orientasi Keusahawanan (OK), Kecekapan Keusahawanan (KK) dan Kejayaan Kerjaya Keusahawanan (KKK).

Definisi Operasional

Definisi operasional dan pengukuran angkubah penyelidikan boleh diuraikan seperti berikut :

Budaya (B)

Budaya adalah amalan perpaduan kekerabatan yang dilandasi oleh faktor kemajuan berfikir berasaskan nilai-nilai yang telah dipercayai. Angkubah Budaya diukur secara multi-dimensi, multi-faktor, dan multi-item, yaitu Aspek Perpaduan yang terdiri dari Asosiasional (7 item), Afeksional (8 item), Konsensual (5 item), Fungsional (6 item), Normatif (4 item), Struktural (3 soalan). Aspek Pemajuan terdiri dari faktor Pendidikan (3 soalan) dan Pengalaman (4 soalan). Yang terakhir ialah Aspek Perasaan yang terdiri dari Norma Adat (4 soalan) dan Nilai Agama (3 soalan).

Kecekapan Keusahawanan (KK)

Kecekapan Keusahawanan adalah serangkaian kemampuan yang patut dimiliki seorang usahawan sehingga boleh membawanya kepada kejayaan. Dimensi angkuabah ini terdiri dari Kecekapan Peluang (4 soalan), Kecekapan Hubungan (6 soalan), Kecekapan Konsep (7 soalan), Kecekapan Pengaturan (11 soalan), Kecekapan Strategi (8 soalan), Kecekapan Komitmen (4 soalan), dan Kecekapan Pembelajaran (5 soalan), Kecekapan Kekuatan Personal (8 soalan).

Kejayaan Kerjaya Keusahawanan (KKK)

Kejayaan Kerjaya Keusahawanan adalah hasil pencapaian positif para usahawan yang mengambil inisiatif sendiri untuk mengumpulkan pengalamannya sepanjang berkecimpung dalam bidang keusahawanan. Pengukuran angkuabah ini disusun berdasarkan dimensi-dimensi antara lain Tanggapan keatas Pencapaian Kewangan (5 soalan), Kepuasan Kerjaya (2 soalan), Reputasi Sosial (3 soalan), Pengakuan Sosial (2 soalan), Status Sosial (3 soalan), Tanggapan terhadap Pencapaian (4 soalan)

Rekabentuk Kajian

Penyelidikan ini akan menguji keberkesanan budaya kepada terbentuknya sifat-sifat keusahawanan dan kecekapan keusahawanan sempena mencapai kejayaan kerjaya keusahawanan. Lebih terinci lagi, penelitian ini juga ingin menjelaskan bagaimana pengaruh langsung dan tidak langsung budaya kepada kejayaan kerjaya keusahawanan melalui angkuabah-angkuabah sifat keusahawanan dan kecekapan keusahawanan orang-orang minangkabau. Oleh itu, metode penyelidikan yang sesuai digunakan pada kajian ini adalah metode survei dengan maksud menguji dan mencari penjelasan mengenai hubungan kausal antara angkuabah yang dirumuskan pada hipotesis penyelidikan. Menurut Singarimbun dan Effendi (1989) metode survei adalah penyelidikan yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Unit analisis penyelidikan ini adalah individu iaitu usahawan yang mengembangkan perusahaan kecil.

Lokasi Penyelidikan

Lokasi penyelidikan pada kajian ini dipilih secara sengaja (*Purposive Sampling*) di 3 (tiga) Daerah yang memang sudah dikenalpasti sebagai daerah industri pembuatan pakaian di Kabupaten Agam, ialah Kecamatan Ampek Angkek Candung, Kecamatan Sungai Puar dan Kecamatan Ampek Koto. Dari tiga Daerah itu hanya diambil kampung-kampung atau nagari-nagari yang menghasilkan pembuatan pakaian dan embroidery. Pemilihan nagari-nagari yang diambil secara sengaja karena daerah tersebut sudah dikenal sebagai daerah pembuat barangan pakaian teramai di Sumatera Barat (lihat jadual 8).

Di Kecamatan Ampek Angkek Candung diketahui ada tiga nagari, iaitu Nagari Pasir, Nagari Batu Taba, Nagari Ampang Gadang. Di Kecamatan Sungai Puar ditemukan satu nagari penghasil pakaian ialah Nagari Sungai Pua. Sedangkan di Kecamatan Koto Ampek di dapati satu nagari pengeluar kraf tangan *embroidery*, iaini Nagari Koto Gadang.

Jadual 8. Nagari-nagari Pengeluar Konveksi dan Embroidery

Lokasi	Jenis Perniagaan	Jumlah
--------	------------------	--------

	Konveksi	Embroidery	
Nagari Pasia	301	28	329
Nagari Batu Taba	205	76	281
Ampang Gadang	220	10	230
Sungai Pua	339	-	339
Koto Gadang	35	401	436
Jumlah	1100	515	1615

Sumber : Laporan Statistik masing-masing Kenagarian

Teknik Pengambilan Sampel

Studi pendahuluan kajian ini telah mendapatkan informasi mengenai jumlah usahawan pembuat pakaian dan embroidery di setiap nagari yang di pilih pada awal tahun 2009. Mengingat bahawa tidaklah mungkin bagi penulis boleh mengambil seluruh unit populasi yang ada secara sensus, di bawah pertimbangan terbatasnya kemampuan penulis dari segi dana, waktu dan fasilitas serta sokongan kemudahan lainnya. Oleh itu, pada penyelidikan ini sampel diambil dengan cara *accidental sampling metode*, iaitu dengan cara mengundang semua populasi dan kemudian mengambil orang yang menanggapi undangan sebagai sampel responden.

Populasi

Populasi merupakan kumpulan individu atau objek penyelidikan yang memiliki kualiti-kualiti serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Berdasarkan kualiti dan ciri-ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok unit analisis atau objek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik. Populasi dalam penyelidikan ini adalah usahawan konveksi atau pakaian jadi, dan embroidery yang tersebar di 5 kenagarian yang telah terpilih. Populasi sasaran yang digunakan pada penyelidikan ini adalah usahawan-usahawan yang mempunyai dan menjalankan perusahaan kecil dan sederhana sendiri. Populasi yang dilaporkan oleh Pejabat Wali Nagari masing-masing daerah terpilih (lihat jadual 8) sebesar 1615 orang.

Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi. Jumlah sampel yang boleh diambil kira sebagai responden dalam kajian ini berpedoman mengikut ukuran sampel yang dicadangkan oleh Sekaran (2003). Untuk ukuran populasi sebesar 1615 orang, jumlah sampel yang harus diambil oleh penyelidik agar boleh mewakili jumlah populasi sekurang-kurangnya sebanyak 316 responden. Dalam kajian ini penyelidik mencadangkan pengambilan sampel sebanyak 350 responden agar boleh memenuhi kaedah pengambilan sampel sekaligus kaedah penggunaan program Amos untuk menganalisis data memakai alat analisis Model Persamaan Struktural (*Structural Equation Model*).

Prosedur Pengumpulan Data

Dua hal utama yang mempengaruhi kualiti data hasil penyelidikan, ialah kualiti instrumen penyelidikan dan kualiti pengumpulan data (Sugiyono, 2007). Pengumpulan data boleh dilakukan dari berbagai tempat, sumber, dan caranya.

Penyelidikan ini mengambil tempat secara alamiah di lokasi Nagari tempat tinggal atau tempat responden bekerja. Ditinjau dari sumbernya, penyelidikan ini menggunakan sumber utama data primer, iaitu sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Cara pengumpulan data digunakan dengan teknik penyebaran kuesioner, wawancara kepada responden, dan sekaligus observasi langsung kepada kegiatan responden. Hal ini dilakukan agar penyelidik boleh mendapatkan informasi dan gambaran keadaan aktivitas responden dengan lebih akurat.

Soal Selidik

Soal selidik merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Mengingat jumlah responden yang begitu ramai, maka teknik ini adalah teknik yang paling sesuai secara praktikal. Kuesioner sebagai instrument penyelidikan digunakan untuk mengukur angkubah yang akan diteliti. Untuk mendapatkan data yang *valid* dan *realible*, maka kuesioner wajib diuji keahliannya (*validity*) dan kesahihannya (*reability*) (Sekaran, 2003).

Wawancara (Interview)

Wawancara dilakukan dengan memberi jemputan kepada responden melalui kuasa Kepala Nagari (Penghulu Kampung), yang kumpulan di Dewan Pejabat Penghulu Kampung. Selanjutnya, penyelidik memberi penerangan dan mewawancarai kelompok-kelompok responden yang hadir pada acara jemputan itu.

RUJUKAN

- Alisjahbana, S. T. (1974). *Values as Integrating Forces in Personality, Society and Culture*. Kuala Lumpur: University of Malaya Press.
- Alma, D. H. B. (2000). *Panduan Perkuliahan Kewirausahaan*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Baron, R. (1998). Cognitive mechanism in entrepreneurship: Why and when entrepreneurs think differently than other people. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 275-294.
- Baron, R. (2004). Cognitive perspective: A Valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 221-239.
- Barreto, H. (1989). *The Entrepreneur in Economic Theory - Disappearance and Explanation*. London and New York: Routledge.
- Begley, T. M., & Boyd, D. P. (1986). Psychological characteristics associated with entrepreneurial performance. In R. Ronstadt, Hornaday, R., Peterson, R., & Vesper, V.H. (Ed.), *Frontiers of entrepreneurship research* (pp. 145-156). Wellesley, MA: Babson Collage, Center for Entrepreneurial Studies.
- Benda-Beckmann, F. v. (2001). Recreating the Nagari: Decentralisation in West Sumatera. *Max-Planck-Gesellschaft, Working Paper No 31*.
- Bengtson, V. L., & Roberts, R. E. L. (1991). Intergenerational Solidarity in Aging Families: An Example of Formal Theory Construction. *Journal of Marriage and the Family*, 53(4), 856-870.
- Berry, A., & Mazumdar, D. (1991). Small-scale Industry in the Asian-Pacific Region. *Asia-Pacific Economic Literature*, 5(2), 35-67.
- Berry, A., Rodriguez, E., & Sandee, H. (2002). Firm and Group Dynamics in the Small and Medium Enterprise Sector in Indonesia. *Small Business Economics*, 18(1-3), 141.
- BIPIK. (1974). *Buku pedoman bimbingan & pengembangan industri kecil (B.I.P.I.K)*. Jakarta: Departemen Perindustrian RI, Proyek BIPIK.
- BPS. (2008). *Indonesia Dalam Angka*. Jakarta: Biro Pusat Statistik RI.
- Busenitz, L. W., Gomez, C., & Spencer, J. W. (2000). Country Institutional Profile: Unlocking Entrepreneurial Phenomena. *Academy of Management Journal*, 43(5), 994-1003.

- Bygrave, W. D. (1989). The entrepreneurship paradigm : a philosophical look at research methodologies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(1), 7 - 26.
- Bygrave, W. D. (1997). *The Portable MBA Entrepreneurship* (2nd ed.). New York: John Willey & Sons, Inc.
- Bygrave, W. D., & Hofer, C. W. (1991). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16, 13-22.
- Cantillon, R. (1931). The Circulation and Exchange of Goods and Merchandise. In H. Higgs (Ed.), *Essai sur la Nature du Commerce en General*. London: Macmillan.
- Casson, M. (1990). *Enterprise and competitiveness: a systems view of international business*. New York: Oxford University Press.
- Chow, C. K. W., & Fung, M. K. Y. (1996). Firm dynamics and industrialization in the Chinese economy in transition: Implications for small business policy. *Journal of Business Venturing*, 11(6), 489-505.
- Dalton, C. (Ed.). (1971). *Economic Development and Social Change*. New York: Natural History Press.
- Day, J. (2000). Commentary: The value and importance of the small firm to the world economy. *European Journal of Marketing*, 3(9/10), 1033-1037.
- Desai, V. (2000). *Small-scale Industries and Entrepreneurship* (5 ed.). Mumbai: Himalaya Publishing House.
- Dieke, P. U. C. (2003). Tourism in Africa's economic development: policy implications. *Management Decision*, 41(3), 287-295.
- Drucker, P. F. (1994). *Innovation and Entrepreneurship, Practice and Principles*. (R. Naib, Trans.). Jakarta: Gelora Aksara Pratama, Erlangga.
- Fried, M. (1967). *The Evolution of Political Society*. New York: Random House.
- Gartner, W. B. (1989). Who Is an Entrepreneurs ? Is the Wrong Question. *Journal of Entrepreneurship Theory and Practice*, 133, 47-49.
- Geertz, C. (1957). Ritual and Social Change: A Javanese Example. *American Anthropologist*, 59, 32-54.
- Geertz, C. (1983). *Local Knowledge*. New York: Basic Books.
- Hebert, R. F., & Link, A. N. (1989). In Search of the Meaning of Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 1, 39-49.
- Hisrich, R. D., & Peter, M. P. (2001). *Entrepreneurship* (Fourth Ed. ed.). Missouri, USA: McGraw-Hill/Irwin.
- Hofstede, G. (1991). *Culture's Consequences International Differences in Work-Related Value*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Holt, D. H. (1992). *Entrepreneurship : New Venture Creation*. New Jersey: Prentice Hall.
- Irawan, P. (2002). *Logika dan Prosedur Penelitian: Pengantar teori dan panduan praktis penelitian sosial bagi mahasiswa dan peneliti pemula*. Jakarta: STIA-LAN Press.
- Jansen, P. G. W., & Wees, L. L. G. M. v. (1994). Condition for Internal Entrepreneurship. *Journal of Management Development*, 13(9), 34-51.
- Jenssen, J. I., & Havnes, P. A. (2002). Public intervention in the entrepreneurial process: A study based on three Norwegian cases. *Jurnal Koperasi Indonesia, (Agustus) 17(1)*, 25 - 29.
- John, S. W. L. (1996). *Theories of Human Communication*. Belmont CA: Wodsworth Publishing Company.
- Jones, O., & Holt, R. (2008). Journal of Small Business and Enterprise Development. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(1), 51-73.
- Kao, J. (1989). *Entrepreneurship, Creativity and Organization*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Kao, J. (1991). *The Entrepreneurial Organization*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Kato, T. (1989). *Nasab Ibu dan Merantau : Tradisi Minangkabau yang berterusan di Indonesia*. Selangor Darul Ehsan: Percetakan Dewan Bahasa dan Pustaka.

- Kirkpatrick, C. H., Lee, N., & Nixon, F. I. (1984). *Industrial Structure and Policy in Less Developed Countries*. London: George Allen & Unwin.
- Koentjaraningrat. (2004). Aneka Warna Manusiadan Kebudayaan Indonesia dalam Pembangunan. In Koentjaraningrat (Ed.), *Manusia dan Kebudayaan di Indonesia*. Jakarta: Djambatan.
- Kotey, B., & Meredith, G. G. (1997). Relationship among owner/manager personel values, business, and enterprises performance. *Journal of Small Business Management*, April(37-64).
- Krisnamurthi, B. (2002a). *Krisis Moneter Indonesia dan Ekonomi Rakyat*. Retrieved 23 May, 2005, from http://www.ekonomirakyat.org/edisi_3/artikel_7.htm
- Krisnamurthi, B. (2002b). *Pemberdayaan Ekonomi Rakyat: Mencari Format Kebijakan Optimal*. Retrieved 23 May, 2005, from http://www.ekonomirakyat.org/edisi_2/artikel_6.htm
- Kuratko, D. F., Montagno, R. V., & Hornsby, J. S. (1990). Developing an intrapreneurial assessment instrument for an effective corporate entrepreneurial environment. *Strategic Management Journal*, 11, 49-58.
- Kusumah, L. H. (2002). Faktor-faktor yang secara empiris mempengaruhi tumbuh-kembangnya UKM. *Jurnal Koperasi Indonesia*, (Agustus) 17(1), 74 - 77.
- Lau, V. P., Shaffer, M. A., & Au, K. (2007). Entrepreneurial career success from a Chinese perspective: conceptualization, operationalization, and validation. *Journal of International Business Studies*, 38, 126-146.
- Leavitt, H. J. (1989). Pathfinding, Problem Solving, and Implementating: The Management Mix. In H. J. Leavitt, L. R. Pondy & D. M. Boje (Eds.), *Reading in Managerial Psychology* (4 ed., pp. 591-605). Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Lynn, M. (2000). National Character and Tipping Customs: The Needs for Achievement, Affiliation and Power as Predictors of the Prevalence of Tipping. *International Journal of Hospitality Management*, 19, 203-214.
- Man, T. W. Y., Lau, T., & Chan, K. F. (2002). The Competitiveness of Small and Medium Enterprises - A Conceptualization with Focus on Entrepreneurial Competences. *Journal of Business Venturing*, 17, 123-142.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. New York: Irvington Publishers.
- McClelland, D. C. (1987). Characteristic of Successful Entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, 21(3), 219-233.
- Melchers, P. C. J. M. (1978). Persepsi Masyarakat terhadap Kewiraswastaan. In *Prisma* (Vol. VII-9). Jakarta: LP3ES.
- Meredith, G. G., Nelson, R. E., & Neck, P. A. (2000). *Kewirausahaan, Teori dan Praktek* (A. Asparsayogi, Trans.). Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2002). Toward a Theory of Entrepreneurial Cognition: Rethinking the People Side of Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 93-104.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2004). The Distinctive and Inclusive Domain of Entrepreneurial Cognition Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(6), 505-518.
- Mitchell, R. K., Smith, B., Seawright, K. W., & Morse, E. A. (2000). Cross-cultural Cognitions and Venture Creation. *Academy of Management Journal*, 43, 974-993.
- Mubyarto. (2002). *Ekonomi Rakyat Indonesia Pasca Krismon*. Retrieved 30 April, 2005, from http://www.ekonomirakyat.org/edisi_9/artikel_1.htm
- Mulhern, A. (1995). The SME sector in Europe: A broad perspective. *Journal of Small Business Management*, 33(3), 83-87.
- Murdock, G. P. (1949). *Social Structure*. New York: Macmillan Publishing Co.
- Naim, M. (1984). *Merantau: Pola Migrasi Suku Minangkabau*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

- Navis, A. A. (1986). *Alam Terkembang Jadi Guru : Adat dan Kebudayaan Minangkabau*. Jakarta: Grafiti Press.
- Penrose, E. T. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm* (1995/ 3 ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Penrose, E. T. (2002). *The Growth of the Firm: The Legacy of Edith Penrose*. Oxford: Oxford University Press.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: Macmillan, Inc.
- Rachmawati, E. N., Agustin, H., Sastraningsih, E., Rahman, F. A., Syahdanur, Abrar, et al. (2002). *Penelitian Optimalisasi Penyaluran Kredit Usaha Kecil Sektor Perbankan di Provinsi Riau*. Pekanbaru: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau
- Bank Indonesia Pekanbaru.
- Rae, D. (2000). Understanding entrepreneurial learning : A question of how ? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 6(3), 145-159.
- Reynolds, P. D. (1997). New and small firms in expanding markets. *Small Business Economics*, 9, 79-84.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2006). *Management* (9 ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Rogers, E. M., & Shoemaker, E. (1986). *Communication of Innovation*. New York: The FreePress, A Division of Macmillan Inc.
- Saffu, K. (2003). The role and impact of culture on South Pacific island entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 9(2), 55-73.
- Sanjaya, A. A. B. (1997). Kemitraan Usaha Dalam Meningkatkan Kemampuan Wirausaha Nasional. *Usaha Kecil Indonesia: Tantangan Krisis dan Globalisasi. Center for Economic and Social Studies*, 97-108.
- Sato, Y. (2000). How did the Crisis Affect Small and Medium Sized Enterprise ? : From a Field Study of the Metal-working Industry in Java. *Developing Economies*, 38(4), 572-595.
- Say, J. B. (1821). *A Treatise on Political Economy* (1964 ed.). New York, NY: Kelley.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*.
- Schumpeter, J. A. (1947). The Creative Response in Economic History. *Journal of Economic History*, 7, 149-159.
- Schumpeter, J. A. (1949). *Economic Theory and Entrepreneur in Change and The History*. Cambridge: M. A.: Harvard University Press.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business* (4 ed.). New York: John Wiley & Sons Inc.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (1989). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Soedjatmoko. (2003). *Pembangunan Ekonomi Sebagai Masalah Kebudayaan*. Retrieved 20 Des, 2007, from http://www.ekonomirakyat.org/edisi_15/artikel_4.htm
- Spengler, J. (1961). Theory, Ideology and Non-Economic Value and Politico-Economic Development. In R. Braibanti (Ed.), *Social Development*. Durham, N.C.: Duke University.
- Storey, D. J. (1994). *Understanding the small business sector*. London: Routledge.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sulaeman, T. (1993). Entrepreneurship Development in Indonesia. *Jurnal Koperasi Indonesia*, 2, 56-68.
- Tambunan, T. T. H. (2002). *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting* (1 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Tambunan, T. T. H. (2006). *Development of SMEs in Indonesia from the Asia-Pacific Perspective*. Jakarta: LPFE-Universitas Trisakti.
- Tambunan, T. T. H. (2007). Entrepreneurship Development: SMEs in Indonesia. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(1), 95-97-118.

- Thee, K. W. (1994). Indonesia. In S. D. Meyanathan (Ed.), *Industrial Structure and the Development of Small and Medium Enterprise Linkages: Examples from East Asia*. Washington, D. C.: World Bank.
- Thomas, A. S., & Muller, S. L. (2000). A Case for Comparative Entrepreneurship: Assessing the Relevance of Culture. *Journal of International Business Studies*, 31, 287-301.
- Thompson, J. L. (1999). The world of the entrepreneurs - a new perspective. *Journal of Workplace Learning: Employee Counselling Today*, 11(6), 209-224.
- Timmons, J. A. (1999). *New Venture Creation : entrepreneurship for the 21st century* (International ed.). Singapore: McGraw-Hill Book Co.
- UGM-RAND. (2002). *Indonesian Living Standards Three Years After The Crisis: Evidence From The Indonesia Family Life Survey* (Final Report). Yogyakarta: PPK UGM & RAND Corporation.
- United-Nations. (2001). *Growing Micro and Small Enterprises in LDCs, the Missing Middle*. Geneva.
- Wallace, A. F. C. (1961). *Culture and Personality*. New York: Random House.
- Weber, M. (1904). *The Prostant Ethic Spirit of Capitalism*. London and New York: Routledge (1992).
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2002). *Strategic Management and Business Policy* (8 ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Wijewardena, H., & Cooray, S. (1995). Determinan of growth in small Japanese manufacturing firms: Survey evidence from Kobe. *Journal of Small Business Management*, 33(4), 87-93.
- Wijewardena, H., & Tibbits, G. E. (1999). Factors contributing to the growth of small manufacturing firms: Data from Australia. *Journal of Small Business Management*, 37(2), 88-96.
- Yunus, U. (1995). *Kebudayaan Mingankabau dalam Manusia dan Kebudayaan di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Djambatan.
- Yusof, A. A., & Yusof, Z. (2004). *Prinsip Keusahawanan* (2 ed.). Selangor: Prentice Hall-Pearson Malaysia.
- Zahra, S. A. (1993). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior: A critique and extension. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 5-20.
- Zahra, S. A., & Hayton, J. C. (2008). The effect of international venturing on firm performance: The moderating influence of absorptive capacity. *Journal of Business Venturing*, 23, 195-220.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (1996). *Entrpreneurship and The New Venture Formation*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (1998). *Essential of entrepreneurship and small business management* (Second Edition ed. Vol. 1). New Jersey: Prentice-Hall, Inc.